

Name : Sabina Nurul Choirunnisa
Student Number : J0A022027
Title : Creating Promotional Videos as SapphireGroup
Marketing Tools
Supervisors : 1. Eka Yunita Liambo, S.Pd., M.Hum.
2. Gigih Ariastuti P, S.S., M.Hum.
Examiners : 1. Lely Tri Wijayanti, S.S., M.A
2. Kristianto Setiawan, S.S., M.A.

SUMMARY

This final report presents the job training activities conducted at Sapphire Group on September 2nd - December 2nd, 2024. The purposes of this report were to explain the implementation of the job training activities, the process of producing promotional videos with English voice overs and bilingual subtitles (Indonesian and English), as well as the challenges and solutions encountered in producing the videos entitled “Sapphire Riverside House Tour” and “Who Says Gen Z Can’t Buy a House?”. The use of bilingual subtitles in Indonesian and English in promotional videos is a strategic approach to engage both local and international audiences. The selection of the videos aimed to support the marketing objectives of Sapphire Group by using both hard selling and soft selling approaches tailored to the target audience. Additionally, the videos were created in a cinematic style with a vertical (portrait) format to align with current digital marketing trends.

In completing the job training activities, three methods were applied: observation, interview, and documentation. These methods helped the writer understanding the company’s marketing needs, audience behavior, and existing brand tone. Observation provided insights into visual trends and consumer engagement, interviews offered input on content expectations and production standards, while documentation supported the creation of promotional videos through visual recording and editing.

The video production process consisted of three stages: pre-production, production, and post-production. The pre-production stage involved planning and preparation activities before filming. The production stage included shooting and voice over recording. The post-production stage involved editing the videos and adding bilingual subtitles. After completion, the videos were published through Sapphire Group’s Instagram account (@sapphiregrahaoofficial) because it offers a better balance between inspiration and product information key elements that resonate with Generation Z’s digital behavior.

Nama : Sabina Nurul Choirunnisa
NIM : J0A022027
Judul : Creating Promotional Videos as Sapphire Group
Marketing Tools
Dosen Pembimbing : 1. Eka Yunita Liambo, S.Pd., M.Hum.
2. Gigih Ariastuti P, S.S., M.Hum.
Dosen Penguji : 1. Lely Tri Wijayanti, S.S., M.A
2. Kristianto Setiawan, S.S., M.A.

RINGKASAN

Laporan Akhir ini menyajikan kegiatan praktik kerja lapangan yang dilakukan di Sapphire Grup pada tanggal 2 September - 2 Desember 2024. Tujuan dari Laporan ini adalah untuk menjelaskan pelaksanaan kegiatan praktik kerja, proses produksi video promosi dengan pengisian suara berbahasa Inggris serta *subtitle* bilingual (Bahasa Indonesia dan Inggris), serta tantangan dan solusi yang dihadapi dalam produksi video berjudul “*Sapphire Riverside House Tour*” dan “*Who Says Gen Z Can’t Buy a House?*”. Penggunaan *subtitle* bilingual dalam Bahasa Indonesia dan Inggris pada video promosi merupakan strategi untuk menjangkau audiens lokal maupun internasional. Pemilihan tema video ini bertujuan untuk mendukung tujuan pemasaran Sapphire Grup dengan menggunakan pendekatan *hard selling* dan *soft selling* yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens. Selain itu, video dibuat dengan gaya sinematik dan format vertikal (portrait) agar sesuai dengan tren pemasaran digital saat ini.

Metode yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi yang dapat membantu penulis dalam memahami kebutuhan pemasaran perusahaan, perilaku audiens, serta karakteristik dari gaya komunikasi merek yang telah dibangun sebelumnya. Observasi memberikan wawasan tentang tren visual dan keterlibatan konsumen, wawancara memberikan masukan terkait harapan perusahaan terhadap konten serta standar produksi, sementara dokumentasi digunakan untuk mendukung pembuatan video promosi melalui proses pengambilan gambar dan pengeditan.

Proses produksi video terdiri atas tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi kegiatan perencanaan dan persiapan sebelum proses pengambilan gambar dilakukan. Tahap produksi mencakup proses pengambilan gambar serta perekaman suara. Selanjutnya, tahap pasca-produksi mencakup proses penyuntingan dan penambahan *subtitle* bilingual (Bahasa Indonesia dan Inggris). Setelah seluruh proses selesai, video dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Sapphire Group (@sapphiregrahaofficial). Platform Instagram dipilih karena mampu memberikan keseimbangan antara konten yang bersifat inspiratif dan informatif, dua elemen kunci yang relevan dengan perilaku digital generasi Z sebagai target audiens.